

-
- CONSUMER BEHAVIOR
 - TELEVISION ADVERTISING

**PENGARUH TANGGAPAN KONSUMEN ATAS IKLAN PASTA
GIGI PEPSODENT PENCEGAH GIGI BERLUBANG DI
TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI
SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



KK
B. 73 / 04
Zul
p.

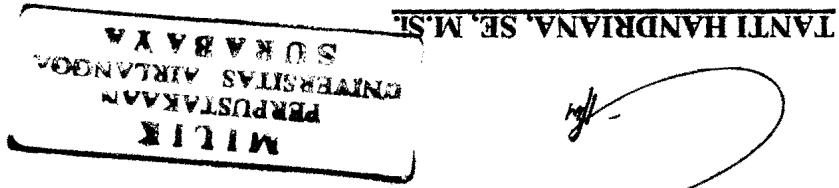
**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

Diajukan Oleh

ZULAIHAH

No. Pokok : 049936667

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**



Dosen pembimbing

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Surabaya, 14 / 11 '03

SKRIPSI

**PENGARUH TANGGAPAN KONSUMEN ATAS IKLAN PASTA
GIGI PEPSODENT PENCEGAH GIGI BERLUBANG DI
TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:

ZULAIHAH

No. Pokok: 049936667

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



TANTI HANDRIANA, SE, M.Si.

TANGGAL...31/12/2003

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL...31-12-2003

ABSTRAKSI

Pemikiran yang berorientasi pasar merupakan kebutuhan yang tidak dapat dielakkan lagi pada saat ini. Bagi sebagian besar perusahaan, iklan menjadi suatu pilihan yang menarik, disamping sebagai sumber informasi, iklan juga dipandang sebagai media komunikasi yang efektif terutama jika ditayangkan di televisi. Salah satu fungsi iklan yang terpenting adalah mempengaruhi minat beli konsumen.

PT. Unilever Indonesia sebagai salah satu produsen *consumer goods* terbesar di Indonesia kiranya perlu untuk mengetahui sejauh mana tanggapan konsumen pada tayangan periklanannya khususnya tayangan periklanan pasta gigi Pepsodent pencegah gigi berlubang di televisi, dan apakah tanggapan tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen terutama di daerah Surabaya. Tanggapan konsumen terhadap iklan pasta gigi pepsodent pencegah gigi berlubang dalam penelitian ini diartikan sebagai penilaian konsumen terhadap pesan iklan, tokoh iklan, dan cerita iklan di televisi yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Surabaya.

Untuk keperluan ini kepada 100 orang responden yang pernah melihat tayangan iklan pasta gigi Pepsodent pencegah gigi berlubang di televisi ditanyakan tanggapannya terhadap iklan tersebut dan seberapa besar minat beli mereka. Minat beli ini diukur dari seberapa besar ketertarikan responden terhadap pasta gigi Pepsodent pencegah gigi berlubang. Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala ordinal 1 – 5 yang telah dikuantifikasikan untuk kepentingan perhitungan dengan teknik regresi linear berganda.

Jawaban yang terkumpul kemudian dianalisis, sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda sebesar $Y = -0,242 + 0,179 X_1 + 0,171 X_2 + 0,720 X_3 + e$, dari hasil tersebut dapat diketahui besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Selain itu juga dapat diketahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung.

Makin tinggi skor jawaban yang diberikan berarti semakin baik tanggapan konsumen dan semakin besar minat beli konsumen. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara tanggapan konsumen terhadap iklan pasta gigi Pepsodent pencegah gigi berlubang di Surabaya.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas, dalam hal ini adalah tanggapan konsumen terhadap cerita iklan adalah sebesar 0,571, pesan iklan adalah sebesar 0,185, tokoh iklan adalah sebesar 0,180, diantara ketiga variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap cerita iklan.